



キャリアショップ店員に対する アンケート調査の結果について

令和4年4月25日
事 務 局

アンケート回答者の属性

- 本アンケート調査は、MNOの販売代理店施策が現場のショップスタッフにどのような影響を与えているかの参考とするため、**2022年1月**に、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、ワイモバイル及びUQスポットのショップの**現職又は離職後1年以内のスタッフを対象**としてウェブ調査会社を通じて実施したものの。
- 回答者の属性情報は以下のとおり。

【勤務先の系統】

	n	%
全体	(425)	
ドコモショップ	107	25.2%
auショップ	109	25.6%
ソフトバンクショップ(単独)	50	11.8%
ソフトバンクとワイモバイルのデュアルショップ	53	12.5%
ワイモバイルショップ(単独)	45	10.6%
楽天モバイルショップ	33	7.8%
UQスポット	28	6.6%

【地域】

	n	%
全体	(425)	
北海道	21	4.9%
東北地方	23	5.4%
関東地方	167	39.2%
中部地方	62	14.5%
近畿地方	82	19.2%
中国地方	27	6.3%
四国地方	5	1.1%
九州地方	37	8.7%

【現職と離職者の割合】

	n	%
全体	(425)	
現職者	197	46%
離職者(直近一年以内に離職した者)	228	54%

【年齢】

	n	%
全体	(425)	
20歳～29歳	211	49.6%
30歳～39歳	186	43.8%
40歳～49歳	12	2.8%
50歳～59歳	12	2.8%
60才以上	4	0.9%

【役職】

	n	%
全体	(425)	
店長	52	12.2%
副店長	54	12.7%
フロアマネージャー/フロアアドバイザー	118	27.8%
一般スタッフ	177	41.6%
設定・相談専門スタッフ(スマホアドバイザーなど)	19	3.8%
その他	8	1.9%

【累計の勤続年数】

	n	%
全体	(425)	
3ヶ月未満	29	6.8%
3～6ヶ月未満	62	14.6%
6ヶ月～1年未満	129	30.4%
1年～2年未満	91	21.4%
3年～5年未満	55	12.9%
5年以上10年未満	35	8.2%
10年以上	24	5.6%

□ サンプル数が限られていることや、ウェブアンケートという手法の制約により、実態を正確に反映できていない可能性があることには留意が必要。

→ 詳細な調査結果については、販売現場への影響を考慮し、構成員及びヒアリング対象者等限りとする。

➤ 携帯ショップでの仕事の満足度について、8割の回答者が満足していると回答*している。

※ 「とても満足している」「満足している」「どちらかと言えば満足している」の合計。

➤ 2021年6月以降*¹、利用実態に合わない、あるいは利用実態を確認せずに*²上位の料金プラン等を推奨したことがあると回答した者は3割、不要と思われるようなオプションやアクセサリを推奨したことがあると回答した者はそれぞれ3割、2割という結果だった。

※1 総務省は、2021年5月に「販売代理店の業務の適正性確保に向けた指導等の措置の実施に係る要請」を実施。

※2 通信サービスの勧誘に関しては、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」において、「利用者のニーズを踏まえずに特定の料金プランの推奨を行うことは不適切」としている。

➤ こうした勧誘を強く行ったことはないと回答した者は4割に満たなかったが、勤続年数10年以上の者に限ると6割だった。

➤ こうした営業の背景について確認したところ、店長や上司からの指示（5割）、販売代理店の経営層からの営業目標（6割）、キャリアからの営業目標（4割）が、自己判断（1割）を大きく上回った。

➤ 自由記述の中でも、次のような声が見られた（実際に得られた声を事務局が要約したもの）。

- 営業目標を期限内に達成しないと店の存続ができなくなる。
- 目標を達成しないと給料の減額・降格となる。
- 毎朝の朝礼で個人の目標達成具合が読み上げられる。自分だけ契約を取っていないと居場所がなくなる。
- 全案件に全商材を提案するように指示される。

- 6割の者が、端末単体販売等に対応しないよう「店長や上司」「販売代理店の経営層」「委託元のキャリア」から明示的又は暗黙の働きかけがあったと回答し、実際に端末単体販売等を拒否したことがあると回答した者は2割だった。
- 接客をする中で難しく感じたり悩んだりすることとして、営業目標を達成するために**不要なサービス等の勧誘**をしなければならないことを挙げている者が**4割**いた。これは、総務省が定めるルールが複雑で理解できない(5割)に次ぐもので、**サービスや商材の説明の困難さや大変さ(3割)**を上回った。
- 最近の総務省等の要請等を踏まえ、勤務先のショップにおいて**以前より「適合性の原則」や「通信料金と端末代金の完全分離」**を意識して適切に対応するようになったと回答した者は**4割**だった。また、適正営業の観点から**キャリアの手数料施策等が改善された**と感じた回答者は**3割**だった。

※以降のスライドについては非公開
(構成員限り)